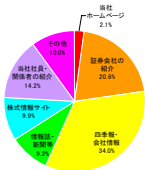


## Q1. 当社をお知りになったきっかけは何ですか？（複数回答可）

選択数	件数	割合
(1) 当社ホームページ	3	2.1%
(2) 証券会社の紹介	29	20.6%
(3) 四季報・会社情報	48	34.0%
(4) 情報誌・新聞等	13	9.2%
(5) 株式情報サイト	14	9.9%
(6) 当社社員・関係者の紹介	20	14.2%
(7) その他	14	10.0%
小計	141	
無効回答	3	



注) 総回答数を母数として割合を算出しています。

### 分布状況

「四季報・会社情報」が34.0%で最も高く、「証券会社の紹介」(20.6%)、「当社社員・関係者の紹介」(14.2%)が続きます。

### 男女間の比較

男性は「四季報・会社情報」(37.0%)が最も高く、「証券会社の紹介」(17.5%)が続く。女性は「証券会社の紹介」(31.0%)が最も高く、「四季報・会社情報」(24.1%)が続きます。

### 世代間の特徴

30代・60代は「四季報・会社情報」(40%台～60%台)が最も高く、40代は「当社社員・関係者の紹介」(35.3%)、70代以上は「証券会社の紹介」(35.9%)が最も高い結果となりました。

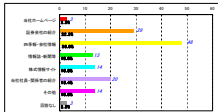
### 株式保有期間別の特徴

10年以上では「証券会社の紹介」(39.5%)が最も高く、その他の保有期間層では「四季報・会社情報」(42%台～50%台)が最も高い結果となりました。

### 株式保有方針別の特徴

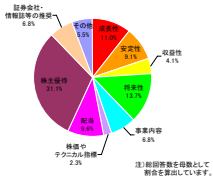
買い増し・長期保有では「四季報・会社情報」(33%台～39%台)が最も高く、中期保有では「株式情報サイト」(37.5%)、未定では「証券会社の紹介」(31.3%)が最も高い結果となりました。

注) 総回答者数(130人)を母数として割合を算出しています。



## Q2. 当社株式を購入された理由をお聞かせください。(複数回答可)

選択数	件数	割合
(1) 成長性	24	11.0%
(2) 安定性	20	9.1%
(3) 収益性	9	4.1%
(4) 将来性	30	13.7%
(5) 事業内容	15	6.8%
(6) 株価やテクニカル指標	6	2.3%
(7) 配当	21	9.6%
(8) 株主優待	68	31.1%
(9) 証券会社・情報誌等の推奨	15	6.8%
(10) その他	12	5.5%
小計	219	
無効回答	2	



### 分布状況

「株主優待」が31.1%で最も高く、「将来性」(13.7%)、「成長性」(11.0%)が続きます。

### 男女間の比較

男女共に「株主優待」(男性:30.8% 女性:32.6%)が最も高く、男性は「将来性」(13.4%)が続く、女性は「成長性」と「将来性」同率(16.3%)が続きます。

### 世代間の特徴

40代～70代以上では「株主優待」(23%台～38%台)が最も高い結果となりました。

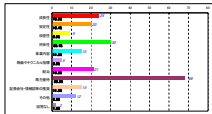
### 株式保有期間別の特徴

10年以上では「将来性」(25.4%)が最も高く、その他の保有期間層では「株主優待」(37%台～46%台)が最も高い結果となりました。

### 株式保有方針別の特徴

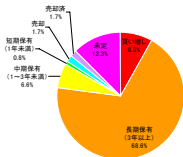
長期保有では「株主優待」(34.9%)が最も高く、中期保有では「配当」と「株主優待」が同率(27.3%)、未定では「配当」(21.1%)が最も高い結果となりました。

注) 総回答者数(130人)を母数として割合を算出しています。



### Q3. 当社株式の保有方針についてお聞かせください。

選択肢	件数	割合
(1) 買い増し	10	8.3%
(2) 長期保有(3年以上)	83	68.6%
(3) 中期保有(1~3年未満)	8	6.6%
(4) 短期保有(1年未満)	1	0.8%
(5) 売却	2	1.7%
(6) 売却済	2	1.7%
(7) 未定	15	12.3%
小計	121	
無効回答	9	



#### ▶ 分布状況

「長期保有」が68.6%で最も高く、「未定」(12.3%)、「買い増し」(8.3%)が続きます。

#### ▶ 男女間の比較

男女共に「長期保有」(男性:68.4% 女性:66.7%)が最も高く、「未定」(男性:11.5% 女性:16.5%)が続きます。

#### ▶ 世代間の特徴

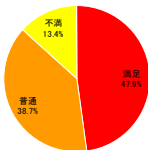
30代~70代以上では「長期保有」(55%台~80%台)が最も高い結果となりました。特に60代では80.5%を占めています。

#### ▶ 株式保有期間別の特徴

1~10年以上では、「長期保有」(62%台~81%台)が最も高い結果となりました。特に、5~10年以上では81.8%、1~3年未満では76.0%を占めています。

**Q4. 株主優待(1,000株以上ご所有の株主様に信州特産品または信州特産物自社加工品)について  
ご意見をお聞かせください。**

選択数	件数	割合
(1) 満足	57	47.9%
(2) 普通	46	38.7%
(3) 不満	16	13.4%
小計	119	
無効回答	11	



➤ 分布状況

「満足」が47.9%で最も高く、「普通」(38.7%)、「不満」(13.4%)という結果となりました。

➤ 男女間の比較

男性は「満足」(49.5%)が最も高く、女性は「満足」と「普通」が同率(41.7%)となりました。

➤ 世代間の特徴

30代・50代以上では「満足」(42%台～55%台)が最も高く、40代は「普通」(50.0%・6人)が最も高い結果となりました。

➤ 株式保有期間別の特徴

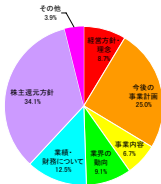
1年未満・1～5年未満では「満足」(44%台～66%台)が最も高く、5～10年以上では「普通」(46%台～56%台)が最も高い結果となりました。

➤ 株式保有方針別の特徴

買い増し・長期保有では「満足」(55%台～62%台)が最も高く、未定では「普通」(66.7%)が最も高い割合となりました。

## Q5. 当社に関して、もっとお知りになりたい情報は何ですか？（複数回答可）

選択数	件数	割合
(1) 経営方針・理念	18	8.7%
(2) 今後の事業計画	52	25.0%
(3) 事業内容	14	6.7%
(4) 業界の動向	19	9.1%
(5) 業績・財務について	26	12.5%
(6) 株主還元方針	71	34.1%
(7) その他	8	3.9%
小計	208	
無効回答	10	



注) 総回答数を母数として割合を算出しています。

### 分布状況

「株主還元方針」が34.1%で最も高く、「今後の事業計画」(25.0%)、「業績・財務について」(12.5%)が続きます。

### 男女間の比較

男女共に「株主還元方針」(男性:34.0% 女性:34.9%)が最も高く、「今後の事業計画」(男性:24.7% 女性:27.9%)が続きます。

### 世代間の特徴

30代・50代以上では「株主還元方針」(24%台～38%台)が最も高く、40代では「今後の事業計画」(37.5%)が最も高い結果となりました。

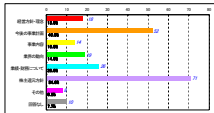
### 株式保有期間別の特徴

3～5年未満では「今後の事業計画」(27.8%)が最も高く、その他の保有期間層では「株主還元方針」(34%台～50%台)が最も高い結果となりました。

### 株式保有方針別の特徴

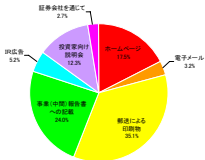
長期保有・中期保有・未定では「株主還元方針」(35%台～42%台)が最も高い結果となりました。

注) 総回答者数(130人)を母数として割合を算出しています。



## Q6. 当社に望まれる情報提供の手段をお聞かせください。(複数回答可)

選択数	件数	割合
(1) ホームページ	27	17.5%
(2) 電子メール	5	3.2%
(3) 郵送による印刷物	54	35.1%
(4) 事業(中間)報告書への記載	37	24.0%
(5) IR広告	8	5.2%
(6) 投資家向け説明会	19	12.3%
(7) 証券会社を通じて	4	2.7%
小計	154	
無効回答	18	



注) 総回答数を母数として割合を算出しています。

### 分布状況

「郵送による印刷物」が35.1%で最も高く、「事業(中間)報告書への記載」(24.0%)、「ホームページ」(17.5%)が続きます。

### 男女間の比較

男女共に「郵送による印刷物」(男性: 33.3% 女性: 41.4%)が最も高く、男性は「事業(中間)報告書への記載」(26.0%)、女性は、「ホームページ」(20.7%)が続きます。

### 世代間の特徴

30代～50代では「ホームページ」(27%台～50%台)が最も高く、60代以上では「郵送による印刷物」(39%台～59%台)が最も高い結果となりました。

### 株式保有期間別の特徴

1～3年未満では「ホームページ」(30.3%)が最も高く、その他の保有期間層では「郵送による印刷物」(31%台～59%台)が最も高い結果となりました。

### 株式保有方針別の特徴

買い増しでは「ホームページ」(30.8%)が最も高く、長期保有では「郵送による印刷物」(41.0%)が最も高い結果となりました。

注) 総回答者数(130人)を母数として割合を算出しています。

